

# INVESTIGAR EN COMUNICACIÓN

Guía práctica de métodos y técnicas  
de investigación social en Comunicación

Coordiñadores:

**M.<sup>a</sup> Rosa Berganza Conde**

*Universidad Carlos III, Madrid*

**José A. Ruiz San Román**

*C. U. Villanueva, Universidad Complutense, Madrid*

**Carmen García Galera**

*Universidad Carlos III, Madrid*

**Olga del Río**

*Universidad Autónoma, Barcelona*

**Teresa Velázquez**

*Universidad Autónoma, Barcelona*

**M.<sup>a</sup> Luisa Humanes**

*Universidad Rey Juan Carlos, Madrid*

**Lourdes Vinuesa**

*Universidad Complutense, Madrid*

**José Javier Sánchez Aranda**

*Universidad de Navarra*

**Roberto de Miguel**

*Universidad Carlos III, Madrid*

**César González Cantón**

*Universidad Antonio de Nebrija, Madrid*



MADRID • BOGOTÁ • BUENOS AIRES • CARACAS • GUATEMALA • LISBOA • MÉXICO  
NUEVA YORK • PANAMÁ • SAN JUAN • SANTIAGO • SÃO PAULO  
AUCKLAND • HAMBURGO • LONDRES • MILÁN • MONTREAL • NUEVA DELHI • PARÍS  
SAN FRANCISCO • SIDNEY • SINGAPUR • SAN LUIS • TOKIO • TORONTO

166206  
45-10



- TANNENBAUM, P. H., y KERNICK, J. (1954): «Effects of Newscast Item Leads upon Listener Interpretation», *Journalism Quarterly*, 31, 33-37.
- TRENAMMAN, J. S. M. (1967): *Communication and Comprehension*. Londres, Longman.
- WIMMER, R. D., y DOMINICK, J. R. (1994): «Investigación experimental», en R. D. Wimmer y J. R. Dominick: *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona, Bosch, pp. 88-111.

# La entrevista en profundidad a los emisores y los receptores de los medios

## 1. INTRODUCCIÓN

A pesar de que se utiliza en el lenguaje coloquial para designar cualquier conversación cuyo propósito es captar información de carácter personal, el término «entrevista» consta en las diferentes jergas científicas como uno de los procedimientos empíricos para indagar en los fenómenos sociales e individuales. Por este motivo, el uso de esta técnica de obtención de datos no es exclusivo de las Ciencias Sociales, sino que se presenta igualmente en la práctica psicoterapéutica (psiquiatría, psicología), extendiéndose incluso, mediante versiones más o menos formalizadas, a empresarios, médicos, abogados y demás profesiones que en su quehacer cotidiano necesitan conocer las experiencias, las capacidades de otras personas.

No pretendemos llegar a alcanzar los niveles de pormenorización de los manuales al uso, en los que se detallan las características y reglas fundamentales de cada modalidad de entrevista. Nuestra intención es abordar la técnica de entrevistas en términos genéricos, sin obviar su utilidad específica en la investigación de los fenómenos comunicativos humanos.

Desgraciadamente, no existe consenso sobre la preceptiva del buen entrevistador. Los manuales (en su mayoría de «autoayuda») que ofrecen orientaciones sobre el acto de entrevistar varían enormemente y es posible encontrar en ellos desde largas listas de consejos para dirigir el curso de la conversación hasta discusiones pseudo-

teóricas acerca de la empatía, la intuición y la motivación que han de regir la conducta del entrevistador. En ocasiones, el buen entrevistador es descrito conforme a sus aptitudes innatas o a ciertas cualidades comunicativas que sólo poseen un número reducido de sujetos. En este sentido, la técnica de la entrevista podría considerarse como un arte más que como una habilidad o como una serie de procedimientos científicos formalizados. Sin embargo, la entrevista debemos considerarla como una técnica cuyas reglas deben conocerse de la misma manera que se aprenden el resto de normas que guían el método científico.

De acuerdo con el objetivo inicial de la presente obra, esto es, introducir las principales técnicas de investigación empleadas en el estudio de la comunicación, debemos ceñirnos a las normas establecidas como resultado de la experiencia científica, y por ello, resulta esencial, en primer lugar, enunciar cuáles son las **funciones que ha de cumplir la entrevista**. En nuestro caso, son las siguientes:

- Obtener información acerca de las entidades comunicativas (emisores, receptores, canales o medios de comunicación).
- Facilitar el análisis de las relaciones existentes entre varias de esas entidades.
- Influir en el conocimiento de aspectos de la conducta comunicativa (opiniones, sentimientos, motivaciones, etc.) que resultan opacos a través de otros métodos de indagación científica.
- Ejercer un efecto clarificador en los procesos de inducción y deducción analíticos.

El seguimiento de las reglas que posibilitan el cumplimiento de estas funciones no es simple. No basta con poner en práctica cada una de las recomendaciones aprendidas en el manual del entrevistador. La entrevista per se, en cualquiera de sus expresiones profesionales (sociológica, clínica, periodística, etc.), evidencia una gran desconexión entre la teoría y la práctica. Existen diferencias sustanciales entre las «leyes» que regulan la práctica de la entrevista (o los modelos establecidos para mejorar su efectividad) y su ejercicio frente a los individuos. En sentido estricto, el investigador ha de suponer cada uno de los principios operativos que se verán más adelante, tratar de guiar la conversación dentro de los límites marcados por los objetivos de la investigación e ir deduciendo, simultáneamente, posibles cursos de acción (o interacción) en un intervalo de tiempo razonable. Todos estos factores han de ser controlados por el entrevistador al proceder a la interpelación. De ese modo, el éxito de la entrevista dependerá de que ésta posea «el calor y el intercambio de personalidades propios de la conversación, aunque con la claridad y las líneas orientadoras de la búsqueda científica» (Ander-Egg, 1987: 231). Ello implica la contingencia de una serie de variables (experiencia previa, aptitudes comunicativas de las partes, conocimiento exhaustivo de la técnica, etc.) cuyo dominio, en ocasiones, escapa a las capacidades del investigador. Por esta razón, el estudio de la entrevista y su ejecución, afirma Merton (1987: 5), «no es una ciencia exacta y el conocimiento de sus normas no impide la iniciativa personal ni tampoco los errores que se cometen al llevarla a la práctica».

## 2. MODALIDADES DE ENTREVISTA

Teniendo en cuenta su finalidad y procedimientos, pueden distinguirse los siguientes tipos de entrevistas:

- A) **Entrevista estructurada o sistematizada**. Es aquella en la que la interpelación a los sujetos se efectúa obedeciendo al orden (nivel pragmático), al contenido (nivel semántico) y las pautas generales (nivel normativo) demandados en un cuestionario estándar. El entrevistador es un simple transcriptor de las respuestas de los sujetos seleccionados y debe, por tanto, ajustar éstas a los códigos marcados en la hoja de campo que se le ha facilitado. El ejemplo más claro de aplicación de esta modalidad de entrevista se halla en las encuestas sociológicas, así como en las entrevistas periodísticas sistematizadas.
- B) **Entrevista no sistematizada (o no estructurada)**. Otorga mayor libertad a los actores en interacción. El entrevistador obtiene respuestas a las preguntas que formula en medio de un clima conversacional informal y sin adecuarse a un formulario estandarizado. Dentro de esta modalidad, es posible diferenciar, a su vez, tres variantes:

b.1 **Entrevista en profundidad**. Se halla entre los extremos de la entrevista estructurada y la completamente desestructurada, y por ello recibe también la denominación de entrevista semiestandarizada en algunos manuales. El entrevistador posee una lista de ítem o temas que desea cubrir, pero carece de un cuestionario formalizado que guíe el orden o contenido de las preguntas. Por ello, el investigador (o periodista, experto en recursos humanos, etc.) ha de conseguir que sus propias aptitudes interpelativas contribuyan a provocar las respuestas a las cuestiones planteadas mediante técnicas de acercamiento interpersonal. Requiere, por otro lado, un conocimiento previo de las personas que han de ser entrevistadas o, al menos, de los rasgos definitorios del grupo al que pertenecen dichos sujetos.

b.2 **Entrevista no dirigida**. Se emplea para profundizar en las experiencias personales. En este caso, el guión de la entrevista y la intervención en ella del investigador puede ser más o menos detallada: en el caso mínimo (*non-directive interview*), el papel de investigador se reduce a iniciar la entrevista, que se realiza en la práctica como un monólogo del entrevistado.



de este análisis, el investigador interviene, en tercer lugar, desarrollando un *guión de la entrevista* y estableciendo las principales áreas de investigación y las hipótesis que proporcionan los temas de importancia para los datos que se obtendrán por medio de la entrevista. En cuarto lugar, y finalmente, la entrevista se centra, en profundidad, en las experiencias subjetivas de las personas expuestas a la situación preanalizada con el fin de establecer *sus definiciones* de la situación. El conjunto de reacciones recogidas sobre la misma facilita la prueba de las hipótesis y, en el caso de incluir respuestas no anticipadas, añade la posibilidad de actualizar las hipótesis en una investigación más sistemática y rigurosa».

Un elemento fundamental de la entrevista en profundidad aplicada al estudio de la comunicación de masas es, a tenor de lo expuesto, la estructura que proporcionan los sujetos entrevistados o individuos que han participado en una determinada situación mediática de recepción o de producción informativa (en el caso del análisis de periodistas): una película, un anuncio publicitario, una retransmisión televisiva, los redactores de noticias deportivas, etc. El entrevistador estudia previamente las características del documento gráfico, sonoro o audiovisual (duración, perfil socio-demográfico del receptor, formato, etc.), o los hábitos de trabajo de los periodistas, en su caso; decide qué aspectos han de ser investigados (actividades hacia un programa, efectos del contenido de un artículo periodístico, intención de compra de un producto, rutinas en el proceso de creación de noticias, etc.), y formula una serie de hipótesis al respecto. De esta manera, a pesar de que la redacción de las preguntas no se realiza anticipadamente, la orientación temática de las mismas sí está predefinida. Sin esa estructura que proporciona el listado de temas e hipótesis, el entrevistador podría hallarse abocado a una formulación aleatoria de preguntas sin línea argumental coherente y ello podría degenerar en un ejercicio conversacional sin valor científico alguno.

La entrevista en profundidad conlleva ciertas ventajas frente a la preguntas cerradas que se usan regularmente en las entrevistas estructuradas o encuestas. En la entrevista en profundidad, las preguntas son abiertas para añadir flexibilidad y permitir respuestas no anticipadas. Ahora bien, como las preguntas no son confeccionadas con anterioridad a su aplicación, la entrevista en profundidad da pie a la improvisación y a la exploración de nuevas hipótesis alternativas no consideradas por el investigador. Dicha flexibilidad ofrece, igualmente, la posibilidad de utilizar nuevas preguntas a modo de «sondas» sobre las áreas más subjetivas de la mente del entrevistado (sobre el inconsciente) a fin de descubrir sus sentimientos y motivaciones latentes, sus prejuicios, etc.

Una vez que se ha elaborado el guión o estructura, la entrevista en profundidad consta, habitualmente, de las siguientes fases que referimos a continuación.

### 3.1. Fase preliminar

#### 1. *Comprobación de la pertinencia del uso de la técnica.*

Como en el resto de técnicas, la entrevista se efectúa bajo presupuestos de funcionalidad analítica, viabilidad técnica, validez externa, etc., dentro de un

## 3. FASES DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

En adelante desarrollaremos la praxis de una de estas modalidades, la entrevista en profundidad, por ser éste el tipo más frecuente de entrevista no estructurada en ciencias sociales y en el estudio de los fenómenos comunicativos en particular (análisis de audiencias, organización de los medios y sus procedimientos institucionales, etc.).<sup>1</sup>

En esta modalidad, es el flujo informativo del entrevistado lo que suministra el guión de la entrevista.

b.3 *Entrevista clínica.* Como su propio nombre indica, su aplicación es terapéutica y en ella se parte de unas opiniones, percepciones o actitudes del sujeto interpelado cuyas motivaciones y sentimientos son objeto de diagnóstico médico o psicológico. Es una modalidad semejante a la entrevista en profundidad que difiere de ésta en cuanto a su finalidad y grado de sistematización.

«En primer lugar, se sabe que las personas entrevistadas se hallan involucradas en una *situación en particular*: que han visto una película, han escuchado un programa de radio, leído un panfleto, artículo o libro, formado parte de un experimento psicológico o en una situación social no controlada, aunque si observada, como un mitin político, un ritual o una revuelta. En segundo lugar, los elementos, patrones o procesos hipotéticamente relevantes, así como la estructura total de esta situación, han sido analizados previamente por el investigador social. A través de este *análisis de contenido o de situaciones*, ha llegado a un conjunto de hipótesis relativas a las consecuencias de determinados aspectos de la situación para aquellos sujetos implicados en ella. Sobre la base

Como adelantábamos en el epígrafe anterior, el entrevistador en profundidad emplea tópicos e hipótesis seleccionadas antes de la interpelación. No obstante, las preguntas explícitas, correspondientes a esos temas, no se construyen en la fase previa de preparación y han de ser ideadas en el transcurso de la entrevista. Con respecto a la manera en que se concretan las cuestiones, Merton, Fiske y Kendall (1987: 3-4) proponen la siguiente fórmula:

<sup>1</sup> La mayor parte de estos estudios, de acuerdo con I. DEUTSCHER (*What We Say, What We Do*, Illinois, Foresman, 1973), presenta una gran discrepancia entre los datos registrados por medio de las entrevistas y la observación ulterior de los comportamientos de los entrevistados, por lo que las entrevistas suelen complementarse por otras técnicas de registro y análisis que aportan datos adicionales del sujeto. Para subsanar los defectos propios de la subjetividad humana se recomiendan tener muy presente, junto a la metodología que hace referencia al *cómo*, el tema u objeto de la investigación que hace referencia al *qué*. En particular, la entrevista en profundidad parece ser un dispositivo de recopilación de datos más adecuado para el estudio de pequeños grupos de individuos o casos en profundidad que para el análisis de grandes poblaciones.

marco metodológico más extenso diseñado a efectos de la investigación que se va a realizar.

## 2. Muestreo.

La selección de los sujetos que interesa entrevistar no se efectúa, por lo general, atendiendo a criterios probabilísticos (o estrictamente aleatorios); en cambio, si resulta conveniente que los individuos seleccionados formen parte del colectivo específico que se desea representar, ya que sus respuestas han de ser generalizables. Si, por ejemplo, se quisieran conocer los factores coincidentes en el consumo familiar de un género televisivo, el estudio requeriría un diseño muestral que garantizara la representatividad de los individuos pertenecientes a dicho contexto de investigación (maridos, esposas e hijos) en una población numéricamente determinada por los objetivos de la aplicación de las entrevistas. En el caso de que la investigación tuviera como objeto el conocimiento de un fenómeno relativo a la profesión periodística, el investigador seleccionaría miembros representativos de varias publicaciones, pudiendo discriminar en función de su posición en el organigrama del medio (sólo redactores de internacional, directores, editores, etc.).

## 3. Presentación del entrevistador.

Tras concretar las características y composición numérica de la muestra, se procede a informar a los individuos que serán entrevistados mediante una nota o aviso telefónico en la cual se expliquen las razones de la entrevista y de su selección. Lógicamente, es indispensable conocer la disponibilidad de las personas elegidas a fin de ajustar los horarios y lugares pertinentes para realizar la entrevista; la información derivada de este primer contacto proporcionará datos adicionales acerca de la receptividad de los individuos de la muestra, así como de las posibles incompatibilidades temáticas o espacio-temporales. Una regla fundamental es, en este sentido, que cuanto mayor sea la comprensión adquirida a priori sobre el ecosistema a estudiar, es decir, sobre los hábitos, pautas culturales y sistemas de valores de la población o grupo seleccionado, menores serán los riesgos de desacuerdos entre el entrevistador y el entrevistado. La documentación previa es, por consiguiente, un requisito imprescindible a la hora de iniciar la entrevista.

## 4. Preparación de los aspectos contextuales.

Es importante, además, tener en cuenta una serie de exigencias relativas a la creación de un clima propicio para el diálogo. La localización del encuentro ha de ser acordada de antemano por las partes, preferentemente en un lugar en el que el entrevistado se encuentre cómodo o que reconozca como propio. Otro elemento importante a considerar es la apariencia física del entrevistador, que ha de encontrarse en concordancia con las características del entorno en el que se ha de desenvolverse, evitando en la medida de lo posible ademanes, rasgos identificadores o actitudes que difieran del marco

## 3.2. Fase de desarrollo de la entrevista

### 1.

*Primer contacto con el entrevistado.*

Llegado el momento, el entrevistador deberá prestar atención a las condiciones ambientales en las que se desarrollará la reunión. Por un lado, resulta indispensable ratificar la disposición positiva del sujeto para la interacción, determinar la idoneidad de la ubicación elegida e intentar crear una atmósfera propicia para el diálogo, para lo cual numerosos autores recomiendan anunciar de antemano el carácter confidencial de la prueba que se va a realizar, la brevedad y la facilidad de las preguntas, así como la naturalidad que se pretende en su dinámica (Merton, Fiske y Kendall, 1987: 3-4). No resulta conveniente, por el contrario, comenzar la entrevista con la formulación de preguntas explícitamente referidas al estudio, sino con cuestiones de índole general que puedan servir como introducción del tema específico de la investigación.

### 2.

*Consejos sobre la formulación de las preguntas.*

a) Evitar una actitud inquisitorial. Debe evitarse desde el principio dar la impresión de que el entrevistado está siendo objeto de un análisis exhaustivo. Si se hiciera uso de notas auxiliares en las que figuran las cuestiones concretas que se desea abarcar, en ningún caso se procede a su lectura. Si resulta aceptado, como ya comentamos, la confección de antemano de un esquema que comprenda los temas o cuestiones generales a tratar o, en su defecto, de una lista de preguntas específicas que pueden formularse de manera indirecta o incidental.

### b)

*Formular todas las preguntas relacionadas con el objeto de análisis.* El clima conversacional que propicia la entrevista en profundidad puede conducir a que sea el propio entrevistado quien dirija el flujo informativo. Esto debe evitarse. Por ello, ha de ser el propio entrevistador quien procure conducir constantemente el diálogo hacia las cuestiones que le atraen sin por ello interrumpir el discurso colateral que pueda producir el entrevistado espontáneamente. La manera más común de enlazar con el objeto central del estudio es mediante la introducción de expresiones de transición por parte del entrevistador, tales como «muy bien, y usted que opina de...» o «y con respecto a lo anterior..., su punto de vista es...».

### c)

*Evitar la inconcreción o incomprendibilidad de las preguntas.* La formulación inadecuada de una pregunta puede inducir a una respuesta indecisa (por falta de comprensión), a una respuesta deseada (porque la pregunta sugiera la respuesta) o a otra pregunta (porque la pregunta se encuentre vacía de contenido o conteniendo un lenguaje no asequible para el entrevistado, lo cual propicia su reformulación) (Ander-Egg, 1987: 233). Cada una de estas incidencias altera la dinámica normal de la entrevista

can es muy valioso. En ellas se puede registrar, por ejemplo, una elevación en el tono de voz del entrevistado, incluir un signo de exclamación, onomatopéyas, etc.

### 3.3. Fase de análisis

El resultado de la entrevista es un conjunto de manifestaciones de la conducta verbal y no verbal que deberá ser analizados e interpretados. En cuanto al modo en que dicho análisis se lleva a cabo, se presentan varias opciones:

- a) Que sirva como **base para un análisis exploratorio** de las cuestiones que suscitan el problema de investigación u objeto de estudio y, por tanto, los resultados se presten a un proceso de triangulación. En este caso, la interpretación de los puntos relevantes se realiza mediante inducción simple por objeto probado, esto es, «mediante el examen exhaustivo que tiene por objeto probar generalizaciones causales y universales» (Jensen y Jankowski, 1992: 122).
- b) Por medio del **análisis de contenido**, la transcripción se codifica en unidades categoriales de respuestas y se hallan o contabilizan las frecuencias temáticas más significativas. Para ello existen instrumentos informáticos de apoyo como los programas *Atlas ti*, *Nudist* o *Binograph*.
- c) Por último, el contenido textual de las entrevistas puede ser analizado a partir de las técnicas y modelos procedentes de la **sociolingüística y la semiótica**. Al comunicarse a través del lenguaje, el entrevistador y el entrevistado intercambian enunciados referidos a la materia en cuestión que, más tarde, en forma de cintas o transcripciones textuales, constituyen el objeto del análisis lingüístico y de su interpretación. En este caso, según Jensen, se procede a documentar las actitudes, motivaciones, efectos, etc., que provoca cada posición del entrevistador sobre el entrevistado. El análisis del discurso del emisor implica, asimismo, «constituir un conjunto general de criterios lingüísticos para valorar las relaciones intersubjetivas entre los enunciados y los sentidos latentes más que la simple codificación y cuantificación del análisis de contenido» (Jensen y Jankowski, 1992: 122).

A la hora de emprender cualquier investigación, suele ser ventajoso utilizar varios métodos que posibiliten la recogida de más información como complemento del instrumento de observación elegido. Ese proceso se denomina triangulación y fortalece la debilidad del método único, cuantitativo o cualitativo, mediante la aplicación de varias técnicas de obtención y análisis de datos. Integrada como un elemento más del procedimiento de triangulación, la entrevista puede alterar algún supuesto metodológico del plan de estudio: puede incrementar o reducir el número

<sup>2</sup> Varios de estos programas ofrecen la posibilidad de codificar y ordenar el material mediante combinaciones de códigos. Algunos críticos consideran que estas labores son propias de los métodos cuantitativos y que desvirtúan la naturaleza del acercamiento a la subjetividad del entrevistado.

y son motivo de sesgo, ya que pueden desvirtuar la naturaleza de la técnica en sí, y del estudio, si su recurrencia es excesiva. Para solventar estos problemas, el investigador debe procurar tener muy presente el grado de abstracción conceptual hasta el que pueden elevarse las cuestiones, reduciéndolo al máximo a fin de evitar posibles malentendidos. Igualmente, la extensión de las preguntas ha de ser breve y éstas formularse tras ofrecer un tiempo suficiente para la reflexión y la respuesta, lo cual asegurará, en primer lugar, su comprensión plena y, en segundo lugar, que el discurso del entrevistador no se rompa hasta que el entrevistado sea el que dé por resuelta la cuestión. En este sentido, la finalización del plazo de respuesta, y la formulación de una nueva, suele delimitarse a partir de las siguientes circunstancias:

- Que sea el entrevistado quien interrumpa voluntariamente la dinámica y solicite una nueva pregunta.
- Que sea el propio entrevistador quien aborte el discurso del entrevistado, repleto de información no relevante o colateral al objeto de estudio.
- Que el entrevistador aproveche la mención de un tema por parte del entrevistado para formular la pregunta de su cuestionario o esquema referida a ese tema.

d) *Mantener el flujo de la conversación*. La manera más apropiada de conseguir que el diálogo sea dinámico es desplegando una conducta receptiva, alternando expresiones verbales (interjecciones, comentarios que demuestran interés, afirmaciones) con señales no verbales (movimientos de cabeza, de ojos, de manos, etc.) que evidencien comprensión y atención por lo que el entrevistado relata, pero sin demostrar subjetividad alguna, de modo aséptico o neutral (Ander-Egg, 1987: 233). La función del entrevistador, junto a otras como la grabación de los datos, es la de atención, esto es, «lo mismo que el moderador del grupo de discusión, el entrevistador en la entrevista abierta estará siempre a la escucha, abierto a cualquier emergente para descubrir las posibles alteraciones del ritmo conversacional, tales como los silencios debidos a la falta de comprensión o al cansancio del entrevistado (detectables también por la brevedad de las respuestas), y enmendar las animaciones constantemente al entrevistado con expresiones como: «Parece, entonces, que su opinión acerca de este tema es...» o «llegados a este punto, tal vez no esté de acuerdo con el siguiente enunciado...».

3. *Registro de datos*. El entrevistador, generalmente, hace uso de varias técnicas de registro simultáneas al acto de entrevistar: grabación por medios técnicos (por ejemplo, grabadora) y notas sobre el cuestionario u hoja de apoyo. El uso de hojas adicionales para anotar cuantas incidencias contextuales se produz-

de preguntas cerradas de un cuestionario estructurado, puede ofrecer pistas sobre temas adyacentes de importancia que no habían sido considerados y puede brindar más oportunidades de comparación entre los datos obtenidos por diversas fuentes de información (observación participante, grupos de discusión, encuesta estadística, etc.).

En la práctica, la entrevista ha sido utilizada en el área de investigación de la comunicación de masas principalmente para estudiar en profundidad a las audiencias y a las organizaciones mediáticas. Por ejemplo, en las entrevistas en profundidad efectuadas sobre los profesionales de los medios (redactores, locutores, guionistas, productores, directores, etc.), los entrevistadores recogen información en el seno de la organización o entre mediáticos combinándolas con observaciones y documentación textual. Cuando éstas se realizan sobre los públicos, bien sea en sus entornos naturales de recepción o en otros contextos, se suele disgregar a los entrevistados en el marco de un estudio cuantitativo más amplio, por ejemplo, a los televidentes por su afinidad en cuanto a los hábitos de recepción o por su adscripción sociodemográfica.

Este tipo de investigaciones de casos en profundidad son frecuentes en los estudios y mediciones de la recepción televisiva y los hábitos de consumo televisivo<sup>3</sup>. Resumimos, a continuación, otros ejemplos de aplicación de la entrevista en profundidad en la literatura científica.

#### 4. EJEMPLOS DE APLICACIÓN

El profesor David Morley, sociólogo especializado en el análisis de las audiencias televisivas, trabajó en el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham entre los años 1975 y 1990. Su trabajo más conocido versa sobre el análisis de la recepción del *magazine* televisivo *Nationwide*, que sucedía a los noticiarios vespertinos de la BBC, en el que se incluían historias de interés humano ocurridas en las distintas regiones británicas, así como una visión «sobre el terreno» de los eventos más importantes del día. *Nationwide* se retransmitía en todo el Reino Unido (incluido Gales, Escocia e Irlanda del Norte), aunque podría afirmarse por las posturas que mantenían sus presentadores y guionistas, que se dirigía sobre todo al público inglés.

David Morley usó la entrevista en profundidad para investigar «el punto hasta el cual podría demostrarse que la interpretación individual de los programas televisivos variaba en relación con los antecedentes socioculturales del espectador» (Morley, 1981a: 56). Para ello eligió trabajar con grupos de televidentes porque, a su entender, no era posible formular inferencias sobre éstos fuera de su contexto natural de interacción social (Morley, 1980: 33). Los entrevistados, de distinta procedencia sociocultural, coincidían en diversas clases universitarias ajenas a la docen-

<sup>3</sup> Véase el ejemplo de Lang y Lang (1953) sobre *Los efectos de la retransmisión televisiva del desfile en honor del general MacArthur tras la guerra de Corea*, del capítulo sobre *Observación*.

cía de Morley. De ese modo, todos se conocían y eran fácilmente accesibles. Cada uno de los grupos enfocados (*focus groups*)<sup>4</sup> vio dos episodios de *Nationwide* a los que inmediatamente seguía una charla informal de aproximadamente treinta minutos. Morley decidió utilizar un enfoque desestructurado para entrevista abierta-mente y permitir la diversidad de respuestas. Optó por esta modalidad de entrevista porque «no es sólo la sustancia de la pregunta lo que importa, la forma de articular la respuesta es lo que realmente determina su significado» (Morley, 1980: 31). Uno de los problemas de su metodología fue, según el propio Morley (1986), que la recepción del espacio televisivo y la entrevista no tenían lugar en el ámbito doméstico.

A fin de subsanar este posible sesgo, Morley emprendió un segundo estudio dentro del contexto hogareño. En esta ocasión, las entrevistas en profundidad tuvieron lugar dentro del propio domicilio de los entrevistados, interpeando primero a los adultos y luego a los niños. Las entrevistas duraron entre una y dos horas y fueron grabadas y transcritas por completo. El método utilizado fue una conversación parcialmente desestructurada (con preguntas prefijadas de respuesta libre). Los problemas que presenta esta segunda investigación son de representatividad y de validez externa, ya que la muestra de espectadores era muy reducida y la selección de los individuos se produjo en un área geográfica muy específica de Gran Bretaña. Por otro lado, el número de respuestas del público infantil fue muy escaso debido a la dificultad que entraña un interrogatorio de estas características. En conjunto, los resultados fueron satisfactorios, según el autor, a pesar de que ofrecieran una representación poco precisa de los usos televisivos de toda la unidad familiar (Morley, 1986: 52). Sus conclusiones, por último, confirman que los miembros de una determinada subcultura (organizada en torno a la etnia, el estatus o la edad) presentan esquemas interpretativos comunes a todos ellos, y particulares respecto de otros grupos, a la hora de descodificar los mensajes televisivos. La lectura individual de estos mensajes encasa plenamente en el sistema de creencias, valores, normas sociales y actitudes del grupo social al que pertenecen (1981b: 51).

Siguiendo una línea completamente distinta de investigación, David Skinner y sus colaboradores realizaron en 1998 un estudio comparativo de los efectos del cambio tecnológico en varias organizaciones, esto es, de la incorporación y apropiación de las nuevas tecnologías de la información en lugares como un hospital, una cadena de ventas al por mayor y una universidad. El estudio demandaba que los investigadores accedieran a las interpretaciones y experiencias subjetivas de los empleados a fin de medir el impacto provocado por el uso de ordenadores y la comunicación computarizada en las actividades y la eficacia de dichas instituciones. Para ello, aplicaron un total de 190 entrevistas en profundidad de aproximadamente una hora de duración. Todas ellas fueron grabadas en cinta y tuvieron lugar en espacios privados, como la oficina o la sala de reuniones de la organización.

<sup>4</sup> Para comprobar la similitud entre la técnica de discusión grupal en el ámbito anglosajón y la entrevista en profundidad, véase el capítulo de este libro correspondiente a los grupos de discusión.



Previamente, el grupo de investigadores se reunió para concretar las características del estudio y establecer la lista de temas que deberían ser abordados por los entrevistadores. Estos fueron cuatro: 1) el cargo ostentado dentro de la organización por la persona y sus antecedentes profesionales, incluyendo su experiencia con las tecnologías de la información; 2) sus puntos de vista y experiencias relativos a la adquisición y utilización de los nuevos equipos; 3) los problemas que las NTI habían provocado en el trabajo y cómo se habían resuelto; y 4) su evaluación global del nuevo sistema telemático y de cómo las autoridades habían administrado el cambio tecnológico en la institución.

Una vez completadas las entrevistas, éstas fueron transcritas y devueltas al entrevistado para su supervisión. Según los autores, esto demostraría el compromiso del equipo investigador hacia la total confiabilidad del estudio y permitiría, al mismo tiempo, que el entrevistado «pudiese controlar lo que dijo en su momento y corregir algunos errores de transcripción». Como el volumen de devolución de transcripciónes fue muy alto, los investigadores consideraron que el no retorno de una entrevista por parte del sujeto entrevistado equivalía a la aceptación de su transcripción. Las transcripciones corregidas fueron codificadas y transformadas en datos cuantificables con el programa informático de análisis de contenido NUDIST (Non Numerical-Unstructured-Data-Indexing-Searching and Theorizing).

En resumen, las conclusiones del estudio fueron las siguientes:

- El cambio tecnológico de las organizaciones se produce como resultado de complejos procesos de intercambio simbólico en los que intervienen la tecnología, los usuarios y las relaciones de poder que mantienen estos últimos en el seno de las instituciones.
- La introducción de una nueva tecnología produce cambios en la organización y en las rutinas laborales siempre y cuando el artefacto sea aceptado en el subsistema cultural de la organización.
- La valoración que hace el usuario de la nueva tecnología depende, en gran medida, de su género, sus aptitudes tecnológicas y su sistema de valores.

## EJERCICIO

Desarrolla un guión de entrevista en profundidad centrado en un problema de investigación expuesto en alguno de los estudios sobre los emisores de la comunicación de masas citados en este manual. Mediante dicho guión, entrevista a una persona involucrada en los procesos de producción de mensajes mediáticos. Para ello, sigue las pautas aquí mencionadas (presentación, ritmo, formulación de las preguntas, etc.) y utiliza algún medio de grabación electrónico mientras administras el cuestionario a tu entrevistado. Transcribe la conversación y haz un resumen de tus hallazgos, especificando aquellos aspectos que validarían las hipótesis que formularon otros investigadores mediante la aplicación de otras técnicas distintas a la entrevista en profundidad.

## AUTOEVALUACIÓN

1. ¿Cómo se puede mantener una conversación fluida?
2. ¿Cuándo decimos que la entrevista tiene carácter exploratorio en una investigación?
3. ¿Cómo se seleccionan los entrevistados?

## REFERENCIAS

ANDER-EGG, E. (1987): *Técnicas de investigación social*. México DF, El Ateneo.

BALRY, K. (1990): *Methods of Social Research* (2.ª ed.). Nueva York, The Free Press.

IBÁÑEZ, F. (1994): «Perspectivas de la investigación social», en F. Alvirra, F. Ibáñez y M. García Ferrando: *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza.

JENSEN, K. B., y JANKOWSKI, N. W. (1992): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch.

MAYNTZ, R., HOLM, K., y HUBNER, P. (1975): *Introducción a métodos de la Sociología empírica*. Madrid, Alianza.

MERTON, R.; FISKE, M. O., y KENDALL, P. (1987): *The Focused Interview*. Nueva York, The Free Press.

MORLEY, D. (1980): *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. Londres, BFI.

— (1981a): «"The Nationwide Audience" — A Critical Postscript», *Screen Education*, 39.

— (1981b): «Interpreting Television», en Milton Keynes: *Popular Culture and Everyday Life*. Open University Press.

— (1986): *Family Television*. Londres, Routledge.

SCHARTZ, H., y JACOBS, J. (1991): *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. Barcelona, Trillas.

SIERRA BRAVO, R. (1979): *Técnicas de investigación social: Teoría y práctica*. Madrid, Paraninfo.

SKINNER, D.; ROSEN, P.; WEBSTER, A., y MCLAUGHLIN, J. (1999): *Valuing Technology. Organizations, Culture and Change*. Londres, Routledge.

# CAPÍTULO 11

## El grupo de discusión y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación masiva

Autor: Roberto de Miguel

### 1. LA TÉCNICA DE LOS GRUPOS

Los grupos de discusión constituyen una técnica de recogida de información cualitativa ampliamente utilizada y debatida en diferentes campos de la investigación social, incluida la investigación en comunicación.

Los términos «grupo de discusión» o «discusión de grupo» pueden encontrarse en la literatura científico-social englobando una serie de instrumentos y protocolos de recogida de datos de orden muy diverso. En concreto, en el ámbito de la investigación comunicativa, la discusión de grupo se ha empleado como técnica de análisis de las audiencias como un procedimiento para la formación de periodistas e incluso como una herramienta de orientación de los públicos.

Se entiende por grupo de discusión aquella técnica o enfoque basados en la reunión de un colectivo humano, cuyo número no suele superar la docena de individuos, destinada a inducir la producción del discurso espontáneo de sus participantes ante un conjunto de conceptos delimitados por el investigador o por la persona encargada de realizar el estudio. En semejante contexto, un moderador se encarga de controlar y dirigir la conversación de los integrantes del grupo con objeto de estimular sus respuestas verbales, cognitivas y/o conductuales. Se trata, por tanto, de una técnica cuya meta es la recolección del máximo de información posible, en un tiempo preestablecido, sobre las percepciones o actitudes del conglomerado de personas que se ha pretendido representar mediante la formación de ese grupo en particular.

«[...] a un conjunto de uno o varios grupos de discusión entre consumidores potenciales se les mostraría un anuncio y a otro conjunto equivalente de grupos de discusión se les mostraría otro anuncio; de cada conjunto analizaríamos (inductivamente) lo que dicen del producto después de haber visto el anuncio e inferiríamos (deductivamente) cómo transforma su hacer ese decir; comparariamos el efecto sobre ambos conjuntos, el efecto semántico (lo que ellos dicen) y el efecto pragmático (lo que hacen ellos)».

Dejando a un lado la investigación aplicada, en el ámbito de la ciencia básica se recurre a la técnica de los grupos de discusión como un dispositivo preliminar de obtención de datos que aumenta la fiabilidad de un diseño de investigación cuantitativo. Como parte de toda una serie de estrategias de recogida y análisis de información, las evidencias que facilitan los grupos de discusión abren paso a la posibilidad de triangulación (combinación de varias técnicas de observación) bien como generadores de nuevas hipótesis, bien como elementos de contraste de los hallazgos obtenidos vía cuestionarios, textos, experimentos, etc. En este sentido, su uso en las primeras fases de un proyecto de investigación suele inducir a la producción de hipótesis cuando el tema investigado no se encuentra claramente definido desde el punto de vista teórico o cuando se requieren datos exploratorios que corroboren o contradigan las hipótesis planteadas por otros investigadores.

Es muy frecuente, además, que el empleo de grupos de discusión condicione el diseño del cuestionario de una encuesta estadística por dos motivos:

- Por ajustarse el plano del contenido de la encuesta a la dirección marcada por los resultados del grupo de discusión (nivel pragmático).
- Por su capacidad depurativa de la redacción de las preguntas del cuestionario al ajustar ésta al propio lenguaje de los individuos que formaron parte del grupo y que eran representativos de la población a la que se dirige la encuesta (nivel semántico).

## 2. TIPOLOGÍA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

Hasta el momento nos hemos referido al grupo de discusión en términos genéricos de acuerdo con la acepción más amplia en ciencias sociales. En sentido estricto, sin embargo, la expresión designa varios procedimientos empíricos de carácter grupal. Por ejemplo, la tradición investigadora anglosajona acepta igualmente las denominaciones de *focus group* (grupos focalizados) y *group interview* (entrevista de grupo) a la hora de definir las peculiaridades de esta técnica cualitativa, mientras que en otros contextos, como el español, la expresión «grupo de discusión» difiere formalmente de las versiones septentrionales. Además, es frecuente encontrar en la literatura científica menciones a otros tantos instrumentos de investigación, incluidos bajo el título global de grupos de discusión, cuya dinámica y objetivos varían considerablemente de la discusión de grupos convencional. Entre los más conocidos, se encuentran:

Como técnica de investigación social, el grupo de discusión surgió a comienzos de la Segunda Guerra Mundial. En esa época, los psicólogos y los especialistas en persuasión de masas del ejército norteamericano comenzaron a emplear a entrevistadores de grupo para determinar la efectividad de unos espacios radiofónicos pagos estadísticos destinados a elevar la moral de las tropas y la retaguardia. Robert K. Merton describió, en el Congreso de la Asociación Americana de Investigación de la Opinión Pública (American Association of Public Opinion Research), que tuvo lugar en 1986, cómo se originó la técnica de grupos. En noviembre de 1941, Merton fue invitado a cenar por su colega Paul Lazarsfeld, quien había sido requerido por la Oficina de Hechos y Figuras (*Office of Facts and Figures*, predecesora de la Oficina de Información para la Guerra), para medir las reacciones de los soldados ante las emisiones de estos programas de radio «moralizantes». Tras la cena, Lazarsfeld mostró a Merton su nueva herramienta de registro de actitudes. En palabras del propio Merton (1987: 552), éstas fueron sus primeras impresiones sobre la técnica de grupos de discusión:

«Intenta verlo a través de mis, hasta entonces, ingenuos ojos y recuerda que tu sesión de radio por vez primera y allí un pequeño grupo de individuos (una docena, ¿o quizá veinte?) sentados en dos o tres filas. Paul y yo nos sentamos como observadores en una esquina de la habitación de la manera más sigilosa posible; no hay espejo unidireccional cuando algo de lo que escuchas en el programa de radio grabado evoque una respuesta negativa (irritación, enfado, desconfianza, aburrimiento) y que presionen el botón verde cuando tengan una respuesta positiva [...]. Más tarde, observamos que uno de los asistentes de Paul preguntaba al grupo de la prueba (a la audiencia) sobre las razones de sus preferencias y desacuerdos».

Lazarsfeld no tardó mucho en convenirle para que trabajara junto a él en el proyecto de los programas de radio. Más tarde, Merton publicaría, junto a Patricia Kendall, un artículo en el *American Journal of Sociology* titulado «La entrevista enfocada» (1946). En la actualidad, el grupo de discusión es un recurso de vasta aplicación en el ámbito científico de la comunicación, sobre todo en el área de investigación de mercados, donde se emplea para generar nuevos conocimientos sobre los patrones que guían el consumo mediático y las preferencias de gasto a nivel microeconómico. Prueba de ello es el siguiente ejemplo, suministrado por Jesús Ibáñez (1994), en el que se puede observar el modo operando de las empresas de estudios de mercado que incorporan los grupos de discusión a sus estrategias de identificación de los perfiles psicossociológicos de sus clientes.

que evidencian todas ellas. Comenzamos, pues, exponiendo los aspectos formales (y convencionales) implicados en el diseño de los grupos de discusión para avanzar en su sistemática y concluir apuntando sus utilidades en la fase de análisis e interpretación de los datos.

### 3.1. Especificar el tema u objeto del estudio

Como en el resto de técnicas, el paso inicial que ha de emprender el investigador tiene un carácter autorreflexivo: ¿es posible resolver el problema de investigación que nos ocupa mediante los grupos de discusión? ¿Es éste el instrumento empírico más adecuado a fin de desvelar las incógnitas que presenta el fenómeno?

### 3.2. Número de grupos a constituir y características

Una vez asegurada la capacidad explicativa de la técnica de grupos, es necesario conocer los rasgos de la población sobre la que se centrará el estudio. Una de las condiciones fundamentales de los grupos de discusión es que éstos sean homogéneos en su interior (que los individuos de cada grupo compartan algún rasgo general) y heterogéneos (opuestos, o al menos diferentes) con respecto al resto de grupos formados (Templeton, 1994: 67). Con ello se consigue aglutinar en cada grupo de discusión a segmentos representativos de la población analizada que son afines desde el punto de vista teórico y, sin embargo, diferentes (sociodemográficamente, por razón de su estatus o profesión, etc.) a otros colectivos representados en otras discusiones paralelas. Ejemplificando los supuestos anteriores (homogeneidad intragrupo + heterogeneidad intergrupo), podríamos constituir grupos de discusión para analizar los efectos de la cobertura informativa en prensa de una reforma legislativa que afecta al mercado laboral. Al diseñar la sesión, el investigador busca comparar las reacciones (actividades) que provoca esa medida política en los lectores a partir del tratamiento periodístico del hecho y la percepción general que los periodistas quisieron transmitir. En este caso, el analista podría haber optado por formar dos grupos: el primero, distinto de los lectores de prensa; el segundo, de informadores o periodistas. Simultáneamente, el investigador ha de tener presente las características sociodemográficas (sexo, edad, estatus, ocupación, etc.) de los participantes en la primera discusión a fin de que sean representativos de la variedad de lectores de prensa, a los que incumbe la mencionada reforma; con respecto a los periodistas, la representatividad estaría garantizada si se obtuviesen participantes de varias cabeceras y/o líneas editoriales y distintos rangos jerárquicos. Las opiniones de estos dos grupos dispares constituirían el corpus de unidades de análisis, mientras que su contraste daría lugar a las inferencias o resultados.

### 3.3. Tamaño y composición de cada grupo

Los grupos suelen reunir entre seis y doce participantes. Más allá de ese número, podrían existir problemas de comunicabilidad (por exceso o por defecto). En todo caso, el número final de intervinientes es estimado por el investigador a partir de los segmentos

- a) *Phillip66*. Técnica que consiste en la división de un gran grupo de individuos en subgrupos proporcionales con el fin de averiguar los puntos de consenso o temas generales que les atañen mediante la participación colectiva y la acción de los portavoces de cada una de las subagrupaciones. No se busca la validez externa de los resultados, sino la utilidad práctica de las ideas manifestadas por las personas reunidas.
- b) *Torbellino de ideas* o «*brainstorming*». Un grupo reducido de personas ponen en común todas sus ideas en busca de la(s) solución(es) a un problema.
- c) *Grupos delphi* o *grupos delphi*. Entrevistas sucesivas a un panel de expertos de una materia que tiene por objeto la predicción de las consecuencias de un determinado fenómeno o evento.

Krueger (1991: 12) diferencia los grupos de discusión de otros procesos grupales sobre la base de las características que los definen:

«[...] constituyen una técnica de recogida de datos de naturaleza cualitativa que requiere a un número limitado de participantes (generalmente, entre siete y diez) desconocidos entre sí y con características homogéneas respecto al tema investigado para mantener una discusión guiada en un clima permisivo, no directivo».

Esta concepción es representativa de quienes adoptan la modalidad de ejecución de los grupos de discusión predominante en Europa. Frente a la permisividad operativa de este procedimiento (comparable a la del psicoanalista que deja hablar al paciente manteniendo una «atención flotante»), los científicos sociales anglosajones prefieren una suerte de entrevista grupal efectuada por el moderador. En el caso europeo, se trata de facilitar el debate abierto en torno a un tema; en la modalidad de «entrevista de grupo», el moderador va formulando preguntas estímulo ante las cuales los sujetos reunidos reaccionan. Sin embargo, a pesar de sus diferencias, el tipo de datos recogidos es muy similar: información cualitativa sobre conductas interactivas, actitudes, percepciones y mensajes latentes (no verbales), no delimitada por el investigador (como en el caso de otras técnicas como la encuesta), que es el resultado de reunir a un conjunto representativo del colectivo que se desea estudiar y permitir que se exprese libremente.

## 3. SISTEMÁTICA DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

En adelante, sintetizaremos las particularidades de los dispositivos metodológicos englobados bajo el denominador genérico de grupos de discusión. El lector deberá tener en cuenta que, a consecuencia de la naturaleza didáctica de la presente obra, se ha preferido resumir de manera muy sucinta una técnica que, según quien la aplique o interprete, puede alcanzar grados muy altos de sofisticación. No es nuestra intención disecionar exhaustivamente los pormenores de cada una de las modalidades de discusión grupal y sí, por el contrario, insistir en las regularidades de orden práctico



perdiendo así en diversidad de opiniones, pero ganando a su vez en fluidez discursiva. En todo caso, la selección de cada uno de estos sectores estaría fundamentada en su importancia analítica como miembros de la audiencia y representantes del sector ocupacional español que son.

### 3.4. Muestreo. Maneras de contactar con los sujetos y promover su participación

La selección de los participantes en la discusión no responde a criterios estadísticos, sino estructurales. El investigador ha de tener presente que cada miembro elegido encarna una representación exhaustiva de la categoría seleccionada (amas de casa lectoras de prensa, estudiantes, etc.) y, por tanto, su muestreo ha de ser muy metódico, so pena de desvirtuar la intencionalidad o fallar en el cumplimiento de alguna característica esencial. En este sentido, una estrategia seguida por muchas empresas de estudios de mercado es realizar un pre-muestreo (telefónico, bola de nieve, etc.) seguido de un registro de las direcciones y/o números de teléfono de las personas que se ajusten perfectamente a las peculiaridades sociodemográficas de mandadas en las categorías y que, por supuesto, acepten colaborar en el debate (Morgan, 1997).

En ocasiones, el muestreo se deja en manos del «contactador» o persona encargada del reclutamiento de sujetos, quien a su vez ofrece a los seleccionados una perspectiva general del tema a debatir para tranquilizarles e incentivar su reflexión antes del día elegido. Por último, es sumamente importante fijar el lugar, fecha y hora donde se reunirá el grupo y comunicárselo con la suficiente antelación.

### 3.5. Ubicación y duración de la reunión

Aparte de disponer de un local o sala silencioso, iluminado y con mobiliario cómodo, el moderador debe controlar una serie de particularidades técnicas que le corresponden en su función activa: la preparación de los mecanismos de registro (grabadoras, videocámaras<sup>1</sup>, lápiz y papel, etc.), guión de la sesión, cuestionarios previos si la opinión del individuo ha sido incluida por alguno de los presentes o, simplemente, por la dirección optativa que toma el grupo (un efecto de la llamada «disonancia cognoscitiva» [Festinger, 1975]).

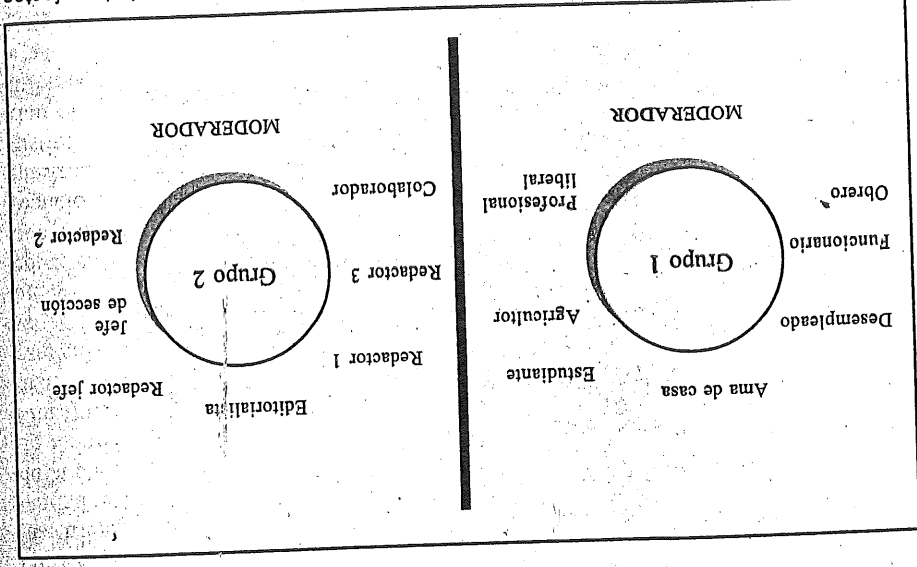
Cada sesión dura, por norma general, de una a dos horas. El contexto temporal de la discusión es, a su vez, muy importante. El moderador debe cronometrar la marcha del debate y comunicar a los asistentes la hora de finalización. Autores como Ibáñez

<sup>1</sup> El uso de videocámaras es, en opinión de la mayoría de especialistas en grupos de discusión, un instrumento de registro altamente intrusivo. Por norma general, se recomienda prescindir de la grabación audiovisual y recurrir a otros dispositivos de registro, como el audífono. Morgan (*op. cit.*), por ejemplo, considera la grabadora el instrumento óptimo, ya que su efecto inhibidor desaparece tras un breve período de tiempo.

poblacionales que pretenda representar en cada grupo. Con respecto a su composición interna, la recomendación de algunos autores es que se halle el punto de equilibrio entre la homogeneidad del grupo y la variedad de opiniones (Morgan, 1997). Esta afirmación supone el siguiente dilema: a mayor heterogeneidad interna, mayor número de experiencias u opiniones obtenidas, pero también mayor será el número de conflictos entre los miembros del grupo y, lógicamente, menor su productividad discursiva. Por otro lado, un grupo demasiado homogéneo no produciría discurso o lo haría de forma reducida. La propuesta de Ibáñez (1994: 63-64), a este respecto, es la siguiente:

«Para que el diálogo sea posible, deben reunir ciertas condiciones los sujetos que dialogan y los objetos sobre los que dialogan: los sujetos deben estar en relación simétrica [...] no es posible, por ejemplo, el diálogo entre padres e hijos o entre propietarios y proletarios [...] y los objetos no deben afectar profundamente ni al interés ni al deseo de los sujetos».

Por ello, sería lógico esperar que el investigador del ejemplo anterior reuniese en el primer grupo de discusión (lectores de prensa) a individuos representantes de, al menos, cada una de las siguientes categorías: profesionales liberales, funcionarios, amas de casa, estudiantes, desempleados, obreros y agricultores. Obviamente, se haría ante la tesitura de excluir del grupo a todos aquellos cuyos intereses fueran antagónicos (en este caso, agricultores y profesionales liberales de los asalariados).



**Figura 11.1.** Composición de dos grupos de discusión para el estudio de los efectos de la cobertura informativa de una hipotética reforma legislativa del mercado laboral. No forman parte del primer grupo aquellos sujetos que tengan a su cargo empleados, aunque podría constituirse un tercer grupo que integrara la opinión del sector empresarial.

(1994: 76-77) opinan que el desenlace de la reunión es la parte más importante, ya que en ella se precipita el consenso que buscaba el investigador.

«Un grupo de discusión es un dispositivo analizador cuyo proceso de producción es la puesta en colisión de los diferentes discursos y cuyo producto es la puesta de mani-fiesto de los efectos de la colisión (discusión) en los discursos personales (convencio-namiento: *convencido* es aquel que ha sido *VEN*cido por un *CON*junto) y en los discursos grupales (consenso) [...] sólo un conocimiento anticipado del tiempo de concluir preci-pita el consenso».

### 3.6. El papel del moderador

Las funciones del moderador en el grupo de discusión son varias y dependen del enfoque adoptado (anglosajón o europeo), del objeto formal de la investigación y de la finalidad analítica del estudio. Ibáñez (1986), como portavoz de la orientación psi-coanalítica de los grupos de discusión, considera que el cometido del moderador es, principalmente, no intervenir y si limitarse a plantear el tema, provocando el deseo de discutirlo y catalizar la producción del discurso deshaciendo bloques y controlando su desarrollo para que no se aleje de los márgenes del tema. Esta racionalización es opuesta al enfoque del *focus group* o «entrevista de grupo». Como vimos anterior-mente, el moderador en la versión anglosajona desempeña la función de entrevistador y, por tanto, su participación no se limita únicamente a la escucha o la observación. En su caso, el moderador del *focus group* tiene asignada, además, la enunciación de las cuestiones a los participantes y de controlar la discusión partiendo de un guión meticolosamente diseñado (Krueger, 1991). Si quisiéramos englobar las actividades que realizan ambos tipos de moderadores, sin distinguir por razón de la modalidad elegida, éstas podrían resumirse de la siguiente manera:

- Presentación del tema de debate.* Según Wimmer y Dominick (1996), la pri-mera acción que acomete el moderador ante el grupo es introductoría. Se tra-ta, en definitiva, de explicar a los presentes las razones por las que han sido reunidos, la importancia de expresar sus opiniones libremente y de intervenir ante cualquier comentario sin necesidad de interrelación directa por parte del moderador. Cabe la posibilidad de que el moderador exponga la materia de discusión haciendo uso de elementos gráficos, textuales o audiovisuales, para conseguir una determinada reacción de los participantes.
- Atención focalizada en el desarrollo y en las prácticas interactivas.* El mode-rador ha de estar atento a cada uno de los sucesos que provoca en el seno de la estructura que ha creado. Su actuación es esencial, por ejemplo, en las oca-siones en las que se producen silencios, ante los cuales puede formular de nuevo la cuestión el tema o, simplemente, esperar a que sea la propia inco-modidad del silencio la que motive a alguno de los participantes a continuar. Igualmente, el moderador ha de controlar y evitar la formación de subgrupos de opinión en personas físicamente próximas, incentivar a los sujetos que

muestran mayor timidez y asegurarse de que ninguna persona se convierta en el líder de opinión del resto (que se cumpla el supuesto de simetría postio-cional).

c) *Recolección y análisis de los datos.* El moderador ha de centrar su atención únicamente en lo que considere pertinente con respecto al objeto de análisis (Ibáñez, 1986: 274). Esta tarea supone la captación, por medio de los instru-mentos anteriormente citados, de todo tipo de señales de interacción revela-das en la conducta de los participantes. Para ello, el moderador, junto con el equipo investigador que lo elige, fomenta el diálogo y almacena simultánea-mente el discurso verbal y no verbal del grupo. En los grupos de discusión convencionales, al contrario que en los *focus groups*, el moderador permanece en una posición de escucha esperando el desenlace o consenso final, en el *focus group*, sin embargo, la actuación del moderador es primordial de cara a la conformación de una muestra base sobre la que se realizará el análisis.

Con respecto al análisis de los datos, cabría, asimismo, distinguir varios procedi-mientos. En particular, la perspectiva anglosajona recurre con mayor frecuencia a la codificación y categorización de los enunciados registrados durante la sesión, lo que permite el recuento de concurrencias temáticas (análisis de contenido) u otra serie de procedimientos analíticos, cualitativos o cuantitativos (análisis del discurso, análisis factorial, análisis causal, etc.). En los grupos de discusión, por otro lado, el recurso analítico habitual es de naturaleza inductiva, ya que el principal cometido del inves-

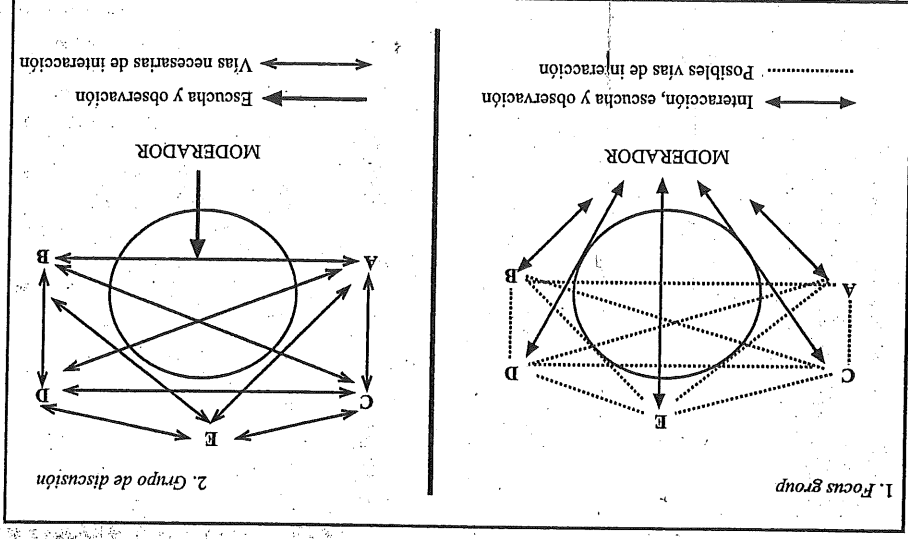


Figura 11.2. El papel del moderador en la entrevista de grupo y en los grupos de discusión.

- MERTON, R. K., FISKE, M., y KENDALL, P. (1956): *The Focused Interview*. Glencoe, Illinois, The Free Press.
- MORGAN, D. L. (1997): *Focus Groups as Qualitative Research* (2.ª ed.). Londres, Sage («Qualitative R. Methods», vol. 16).
- ORTI, A. (1994): «La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista semidirigida y la discusión de grupo», en García-Ferrando, Ibáñez y Alvirra (eds.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza.
- TEMPLETON, J. F. (1994): *The focus group: A strategic guide to organizing, conducting and analyzing the focus group interview*. Londres, Probus Pub. Cop.

titador es confirmar la validez del ecosistema general que ha tratado de representar con la constitución de cada grupo; en este caso, el analista averigua: a) los lugares de enunciaci3n de los discursos esperados en cada grupo; b) los lugares de colisi3n entre esos discursos, y c) los lugares de recepci3n de dicha enunciaci3n y colisi3n, manifestados en el discurso personal de los que no tenian una opini3n definida sobre el tema o no habian construido aun su discurso personal (Ibáñez, 1989).

El resultado final en ambos casos es un informe de tipo descriptivo-narrativo en el cual se da cuenta de los hallazgos obtenidos y se transcriben literalmente las afirmaciones más relevantes efectuadas por los miembros del grupo a fin de legitimar tales conclusiones.

## EJERCICIO

Diseña un grupo de discusi3n para explorar y explicar las diferentes posturas de los estudiantes acerca de un acontecimiento actual. ¿C3mo seleccionarías a los estudiantes que formarían parte del grupo? ¿Qué características poseerían los estudiantes incluidos en el grupo? ¿C3mo presentarías el tema y el método al grupo? ¿Qué tipo de preguntas formularías? ¿Qué problemas deberías anticipar, como incompatibilidades entre los participantes o digresiones del tema escogido? ¿C3mo solucionarías estos problemas?

## AUTOEVALUACI3N

1. ¿C3mo nació la técnica de los grupos de discusi3n?
2. ¿Cuál es el papel del moderador? ¿Qué diferencia hay entre la técnica anglosajona y europea?
3. ¿Qué temario debe hacer el grupo?

## REFERENCIAS

- IBÁÑEZ, J. (1994): «Perspectivas de la investigación social», en García Ferrando y cols.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza.
- FESTINGER, L. (1975): *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Madrid, Instituto de Estudios Psicológicos.
- JICK, T. (1979): «Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action», *Administrative Science Quarterly*, 24.
- KRUEGER, H. (1991): *El grupo de discusi3n. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid, Pirámide.
- MERTON, R. K., y KENDALL, P. (1946): «The focused interview», *American Journal of Sociology*, 51.
- MERTON, R. K. (1987): «The focused interview and focus groups», *Public Opinion Quarterly*, 51.

# La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos

Autor: Roberto de Miguel

## 1. LA OBSERVACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES

### 1.1. Concepto y naturaleza de la técnica de observación

El término «observación» se utiliza de manera genérica para definir una serie de procedimientos de obtención de datos empíricos sobre las conductas y los fenómenos sociales. Como el resto de métodos y técnicas que hemos expuesto hasta el momento, para que la observación de un fenómeno comunicativo adquiera el calificativo de científico ha de cumplir un requisito fundamental: debe ser sistemática, es decir, debe realizarse siguiendo un procedimiento que sea susceptible de ser replicado (repetido en idénticas condiciones) por otro investigador. Una de las maneras más sencillas de sistematizar la observación en ciencias sociales consiste en aplicar al célebre recurso de las «cinco uves dobles» (*What, Who, When, Where y Why* o *How* —qué, quién, cuándo, dónde y cómo o por qué—) que domina la redacción de noticias periodísticas:

- *Qué se va a observar.* Para ello, en primer lugar, hay que tener muy claro qué es lo que nos interesa conocer en realidad. Puede que, por ejemplo, se nos

distancia o los cambios que se producen como resultado del contacto con individuos de rango diferente en los entornos institucionales.

El equipo de investigación de Kerr empleó la observación y estudio las interacciones diarias de sesenta y dos sujetos sobre un periodo de cuatro meses. De ese modo, consiguieron validar su hipótesis tras observar, por ejemplo, que los médicos residentes mantenían una distancia mayor al interactuar con las enfermeras y secretarías que al dirigirse a otros residentes o a los médicos especialistas. En este caso, la técnica de investigación utilizada se denomina *observación directa o natural* debido a que el investigador toma datos directamente del entorno sin interferir en absoluto en las dinámicas habituales de los grupos que trata de analizar.

Lejos de designar una técnica usada en el estudio de fenómenos comunicativos particulares, el vocablo *observación* engloba, en su sentido más amplio, la mayor parte de herramientas de captación de datos científicos tratadas en este manual. A pesar de ello, la literatura científico-social suele reducir el valor descriptivo de esta palabra a dos de sus variantes: la observación sistemática (no participante) y la observación participante.

No obstante, la selección de una técnica observacional depende del contexto de investigación y del grado de estructuración que presenta el instrumento de recogida de datos. Así, frente a la observación que se desarrolla en los laboratorios, u observación experimental, la observación sistemática o la participante tiene lugar en escenarios naturales, como pequeños grupos, comunidades o instituciones. Por otro lado, al contrario que la encuesta estadística, en la que la observación se reduce a registrar las respuestas en los formularios (cuestionarios) estándar, usados de forma extensiva sobre un número amplio de sujetos, en la observación directa sistemática, y en cierta medida en la participante, se hace uso de códigos de observación más reducidos, en los que cobra una especial importancia la percepción del observador, a fin de estructurar tanto los fenómenos a examen como las cuestiones que atañen a la investigación.

## 1.2. Tipos de observación

A pesar de las marcadas diferencias que existen entre los distintos modos de observación, bien sea por razón del contexto donde se realiza o del grado de estructuración que conlleva su ejecución, la clasificación de los principales tipos de observación carece de consenso en la literatura sociocientífica. Sin embargo, algunos autores han unificado los criterios generales de la observación en esquemas que podrían ser útiles a la hora de categorizar adecuadamente los procedimientos científicos incluidos bajo el título general de observación. En este sentido, el esquema propuesto por König y Duverger (1962) establece tres variantes básicas de observación científica en ciencias sociales atendiendo a la posición que ocupa el observador en el entorno que investiga. De ese modo, es posible diferenciar entre:

- **Observación directa participante**, u observación global, en la que el investigador se integra en el medio ambiente del grupo estudiado e interviene en sus

ocurra averiguar qué motiva el que las personas nos aproximemos más o menos cuando hablamos con otras personas.

- **A quién observar.** Como la gama de posibilidades es sumamente extensa, al efectuar una observación científica debemos concretar quiénes serán nuestros objetos de observación. Siguiendo con el ejemplo anterior, podríamos seleccionar al personal de un hospital porque hemos deducido previamente que cuando las enfermeras se dirigen a otras enfermeras exhiben una determinada distancia social distinta de la que mantienen frente a los enfermos, los médicos residentes o los médicos especialistas.

• **Dónde observar.** La selección de los sujetos es simultánea a la del contexto de observación. En nuestro caso, nos interesa el entorno hospitalario porque sospechamos que en estos ambientes institucionales las distancias físicas de la comunicación interpersonal son más pronunciadas debido, sobre todo, al evidente contraste entre rangos jerárquicos que refleja este tipo de organización. Otras opciones serían cuarteles, escuelas, universidades, empresas, medios de comunicación, etc.

- **Cuándo observar.** Supongamos que decidimos establecer un periodo de observación desde noviembre a diciembre. Elegimos un mes en particular dado que, según nos consta, tras haber realizado la pertinente recopilación documental de investigaciones, similares a la nuestra, en ese tramo temporal se produce un incremento significativo de la actividad del personal sanitario, es decir, de la producción de contactos entre niveles de estatus superiores e inferiores, lo que permitirá la obtención del mayor número de datos de observación en el menor tiempo posible.

• **Cómo se observa.** En nuestra observación utilizaremos cinco observadores distintos organizados de tal forma que cada uno de ellos se encargue de registrar la conducta proxémica<sup>1</sup> de un rango jerárquico específicamente: enfermos, enfermeras, residentes o especialistas. Cada observador poseerá un código y una hoja de registro para dar cuenta de las distancias más cercanas y más lejanas detectadas entre los sujetos sometidos a observación, así como de la desigualdad o similitud jerárquica de los contactos que establecen en cada momento.

En circunstancias muy similares a las expuestas en el ejemplo anterior, Kerr y sus colaboradores (1982) se interesaron por la utilización del espacio que hacían los miembros de un hospital estadounidense. Una de sus hipótesis era que, para un nivel dado de estatus, el personal sanitario mantendría una distancia mayor durante la interacción con otros miembros de estatus inferior que con miembros de estatus superior. A pesar de que todo el mundo mantiene una distancia interpersonal durante las conversaciones, las personas no percibimos esta determinación inconsciente de la

<sup>1</sup> La *proxémica* es el estudio del aprovechamiento del espacio por personas en interacción y de la correspondiente orientación perceptiva en el espacio.



## 2.1. Praxis de la observación directa sistemática

Las diversas técnicas e instrumentos englobados bajo el término ODS miden generalmente la forma, la duración, la frecuencia, los antecedentes y las consecuencias de las conductas individuales, o de las estructuras sociales, y también las relaciones que se establecen entre los comportamientos, las actitudes y las entidades públicas o privadas. En la práctica, el investigador que hace uso de la ODS sigue unas pautas generales.

### 2.1.1. Identificación de las unidades de observación

El observador sistemático registra una serie de acontecimientos de modo similar a como lo hacen los entrevistadores en un sondeo o encuesta. En la ODS, sin embargo, los datos se recogen inmediatamente, eludiendo la interpelación directa a los sujetos. Por otro lado, las unidades de observación constituyen el referente fundamental del análisis. Tales elementos, en el área de la comunicación social, atañen por igual al emisor y al receptor y, entre otros, pueden ser:

- *Conductas comunicativas*, como las frecuencias de uso de un determinado periódico en una biblioteca pública, el grado de participación en la selección de los canales televisivos dentro del núcleo familiar, el acceso a las fuentes informativas de los periodistas, etc.
- *Interacciones*, entre los miembros de distinto rango jerárquico dentro de una organización, intercambios simbólicos de los usuarios de un canal IRC en Internet o las conversaciones ocasionales que mantienen los espectadores de un programa televisivo.
- *Datos meta y extracomunicativos*, como la medida del consumo de un canal televisivo por medio del desgaste de un botón del mando a distancia, la conducta no verbal de los participantes en un debate televisivo o la utilización de recursos técnicos con el fin de suscitar cierta reacción en la audiencia.

### 2.1.2. Muestreo

La ODS demanda del investigador un diseño muestral previo, una estrategia efectiva de selección del mayor número de unidades de análisis con el menor coste económico, temporal y de validez externa posible. La determinación muestral no posee el carácter probabilístico que impera en la recogida de datos de las técnicas cuantitativas. En el caso de la ODS, el investigador suele seleccionar las unidades de análisis siguiendo varios procedimientos:

- *Muestreo asistémico exploratorio*. Se seleccionan y registran indiscriminadamente el máximo posible de interacciones, conductas o señales y, a partir de ese corpus de unidades de análisis, se procede a un nuevo muestreo. Se trata de una técnica piloto o de orientación.
- *Muestreo sistemático-temporal («scan»)*. El observador anota sistemáticamente las acciones ejecutadas por los miembros de un grupo, en lapsos regulares,

- prácticas y rituales cotidianos. El observador interpreta activamente las conductas más llamativas de ese grupo y registra aquellas interacciones entre los sujetos y el medio que resultan teóricamente significativas.
- **Observación directa no participante**, dentro de la cual cabría distinguir la *observación extensiva* o encuesta y la *observación intensiva* de pequeños grupos o casos individualizados. Por regla general, la información obtenida por medio de estos procedimientos se encuentra limitada por la elaboración artificial de cuestionarios y otras técnicas de interpelación, así como por el ánimo del sujeto observado a la hora de colaborar voluntariamente en la práctica experimental.
- **La observación indirecta**, por último, recibe su nombre debido a la medición de los objetos de análisis. Dentro de esta categoría se hallan tanto las técnicas cuantitativas como cualitativas de análisis de documentos escritos, sonoros o visuales (análisis de contenido, análisis del discurso, análisis argumentativo, etc.).

Abordaremos exclusivamente dos técnicas de observación, incluidas en las grandes áreas de la clasificación anterior, que no han sido revisadas en los capítulos precedentes debido a su naturaleza cualitativa: la observación directa sistemática y la observación participante. Previamente, conviene aclarar que no profundizaremos en las raíces epistemológicas de los métodos cualitativos, así como tampoco en el semipiterno debate entre los discípulos de esta corriente y sus antagonistas, los cuantitativistas (cfr. Cap. 2). En nuestro caso, nos limitaremos a ofrecer una explicación pragmática de los requisitos y consideraciones fundamentales que plantea el uso de las técnicas cualitativas de observación más comunes en las investigaciones de los fenómenos comunicativos.

## 2. LA OBSERVACIÓN DIRECTA SISTEMÁTICA

La primera modalidad de observación que trataremos es aquella que se efectúa directamente sobre los grupos sociales detectando y registrando sus conductas sin necesidad de participación activa en el entorno natural, social o cultural de éstos. Se trata, en cambio, de escrutar el intercambio de mensajes, significados y símbolos, en parte codificados y en parte dependientes, de las situaciones de emisión y recepción desde un punto de vista externo y neutral.

A consecuencia de la focalización sistemática, es posible detectar el intercambio simbólico (movimiento de interacción recíproco) entre dos entes, la cesión de una función u objeto en contrapartida de otro. Tales relaciones fundamentan la acción social y constituyen el objeto formal de cualquier investigación en la que se utilice la técnica de observación directa sistemática (ODS).

### 2.1.4. La medición de lo observado

Un aspecto esencial en el registro sistemático de conductas es la medición de las mismas. Al registrar un fenómeno dentro de una categoría establecida, es necesario especificar, además, qué es exactamente lo que va a medir nuestro código. En cuanto a las alternativas de registro que contiene el código de observación, las variaciones son múltiples. En concreto, las más utilizadas en la ODS son las medidas de ocurrencia, frecuencia, latencia, duración e intensidad.

- **Ocurrencia.** Es el registro de la aparición o no de una conducta durante el período de observación. Es la medida más sencilla debido a su dicotomización. Si nuestro interés es, por ejemplo, saber si los niños despiertan conductas violentas después de ver una película de acción, nuestra hoja de registro podría incluir una categoría de «sí» y «no» para medir la ocurrencia de este fenómeno (Cuadro 12.2).
- **Frecuencia.** Consiste en registrar el número de veces que un determinado comportamiento aparece durante el período de observación. La medición del número absoluto (o relativo, si se compara con otros indicadores) de ocasiones en las que los niños despiertan conductas agresivas tras la recepción de un programa de contenido violento sirve como ilustración del uso de este tipo de medida.

**Cuadro 12.2.** Ejemplo de hoja de registro parcialmente categorizada en un estudio sobre factores de integración social de los televidentes

<p>Estudio n. .... Dirección: ..... Observador: .....</p>		<p><b>SITUACIÓN INICIAL</b></p> <p>Salón del hogar del sujeto 1. Diez participantes, seis hombres, dos mujeres. Tres sentados perpendicular a la T.V... HH</p>		<p><b>CARACTERÍSTICAS DEL ACERCAMIENTO</b></p> <p>El sujeto 2 cambia de posición con respecto a 1, mostrando interés por la conversación de 3 y 4 primeramente y de....</p>		<p><b>CONDUCTA INTERACTIVA Y DESARROLLO</b></p> <p>El individuo 4 participa activamente en las conversaciones de 2, 3, 6 y defiende la postura de 1</p>		<p><b>DESENLACE/DESCONEXIÓN</b></p> <p>Cambio de canal y silencio. El sujeto 4 comenta aspectos relacionados con la conversación anterior y esto, a su vez...</p>		<p><b>COMENTARIOS ADICIONALES</b></p> <p>Las imágenes del programa, inciden en el desarrollo posterior del debate...</p>	
---	--	--	--	---	--	---	--	---	--	--	--

### 2.1.3. Registro, codificación y categorización

- **Muestreo de datos específicos.** Se registrarán únicamente los indicios de conducta o comunicación que el observador considere relevantes de cara a los objetivos del estudio o según la prescripción del investigador.

Una vez especificado el método de muestreo, se distribuyen entre los observadores unos cuadernos de campo (similares a los cuestionarios de una encuesta) donde éstos anotan sistemáticamente la ubicación de cada conducta (o unidad de análisis) dentro de una batería de categorías preestablecidas por el investigador. En dichos catálogos, los observadores poseen un mayor o menor grado de libertad a la hora de realizar sus transcripciones. De esta manera, nos encontramos ante las siguientes posibilidades de registros sistemáticos:

- **Registros categorizados.** El observador se limita a situar el resultado de la observación en las categorías establecidas de su hoja o cuaderno de campo. Se trata de ajustar los hechos observados a los códigos previstos de forma similar a la cumplimentación de un test o cuestionario (Cuadro 12.1).
- **Registros semicategorizados.** El transcriptor ha de relatar los sucesos, de los que es testigo neutral, obedeciendo a los temas narrativos que demanda su hoja de campo diseñada de antemano por el investigador a partir de las hipótesis que éste desea abarcar. Dicho formulario se completa con las notas y comentarios procedentes de la experiencia subjetiva del observador, por lo que requiere una codificación previa a su análisis.

**Cuadro 12.1.** Ejemplo de registro para ODS de las conductas y efectos de un spot en una valla publicitaria

Hoja n. ....	Sector (.....)	Valla n. ....	Fecha (.....)			
Sexo	(1) M	(2) H				
Actividad	(1) Laboral secund.	(2) Ama de casa	(3) Laboral terc.	(4) Otros		
Acompañantes	(1) Uno	(2) Ninguno	(3) Más de 1			
Muestra interés	(1) Poco/Nada	(2) Bastante	(3) Mucho			
Se detiene/ Sigue adelante	(1) Se detiene	(2) Sigue				
Duración de la atención	(1) - de 10 segundos	(2) - de 30 segundos	(3) Otros			

tradición más antigua en las disciplinas sociales<sup>2</sup> y la que aquí abordaremos debido a su recurrentia en el ámbito de la comunicación de masas.

El término observación «holística» define el modo de indagación científica cuyo propósito es el análisis total de los aspectos culturales de los grupos o sociedades por medio de «la participación del observador en la vida cotidiana de la gente objeto de estudio, sea de forma abierta en el papel de investigador, sea de modo encubierto o disfrazado, observando las cosas que ocurren, escuchando lo que se dice y haciendo preguntas a la gente a lo largo de un período de tiempo» (Becker y Geer, 1967: 28).

Las etnografías, antropológicas o sociológicas, se realizan siempre en entornos reducidos (aldeas, instituciones o comunidades pequeñas) y su práctica implica el seguimiento de una serie de pautas generales que no han sido formalizadas debido al carácter espontáneo y dinámico de la técnica que las sustenta: la observación participante. Entre otros rasgos comunes de las etnografías, podríamos destacar:

- El investigador, u observador, es ajeno al medio ambiente de las unidades de observación.
- Este deberá integrarse y relacionarse con las unidades en su propio entorno.
- Precisa de la adecuación al estilo de vida de la población observada y del respeto de las normas de convivencia existentes en dicho sistema social.
- La integración del observador es plena, aunque no por ello contraria a su función de analista externo.
- La recogida de los datos se realiza de forma objetiva, infiriendo y transcribiendo cada una de las relaciones evidenciadas por los sujetos en su interacción con el sistema.
- El proceso de observación finaliza formalmente con un informe dirigido a la construcción de teorías referidas al medio ambiente analizado.

La dificultad que entraña la sistematización de los procedimientos implicados en la observación participante ha sido reconocida por numerosos etnógrafos. El comunicólogo Jacques Liull (1988), por ejemplo, hace el siguiente comentario refiriéndose a su modo de operar y, por ende, a su forma de analizar los datos etnográficamente extraídos en el contexto de una investigación fundamentada en la técnica de la observación participante:

«La esencia teórica de nuestro trabajo surge de modo bastante espontáneo en cada proyecto de investigación. Creo que no debemos llevar a cabo una investigación que esté influida de modo programático por cualquier perspectiva teórica fija si queremos "dejar que los datos hablen realmente por nosotros"» (Liull, 1988: 12).

<sup>2</sup> Algunos autores, como José María Gómez-Tabanera (*Teoría e Historia de la Etnología*, Madrid, Ed. Tesoro, 1964), emplazan las primeras etnografías en el Imperio romano, por ejemplo, en los textos del antropogeógrafo hispanico Pomponio Mela.

### 3. LA OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

- **Latencia.** Es el tiempo que transcurre desde que aparece un determinado estímulo hasta la manifestación conductual de su efecto. Siguiendo con el ejemplo anterior, si el investigador de la agresividad infantil hubiese incluido en su hoja de registro una categoría de medición del tiempo transcurrido desde que desaparecen las imágenes violentas hasta que se produce la agresión, la medida aplicada sería la de latencia.
- **Duración.** La cantidad de tiempo invertida por el sujeto en la manifestación de una conducta. La última fila del cuadro 1, correspondiente a la duración de la atención prestada a la valla publicitaria, ofrece un ejemplo de este tipo de medida.
- **Intensidad.** El grado de intensidad con el que el sujeto observado ejecuta una determinada acción. En el ejemplo del Cuadro 12.1 aparece representada como el grado de interés que muestra la persona que pasa por delante de la valla publicitaria.

La observación participante es el plan de recogida de datos en el que el investigador forma parte de la propia situación observada. Un ejemplo paradigmático de esta modalidad de observación, aunque fuera del campo de la comunicación humana, lo encontramos en la investigación que realizó la famosa etóloga Diane Fossey sobre las formas de comportamiento de los gorilas africanos que inspiró la película *Gorilas en la niebla*. Fossey consiguió participar plenamente en las prácticas cotidianas de estos animales tras poner en práctica un proceso sistemático de imitación y acercamiento a una manada de gorilas de montaña que culminó con su plena integración en el seno de ésta. Una vez resuelto el problema de la reactividad de los sujetos observados, es decir, que los patrones de conducta de los gorilas no sufrirían modificaciones debidas a su presencia, la investigadora pasó al registro sistemático del comportamiento de los primates.

La observación directa participante constituye la principal herramienta interpretativa de la etnografía. Los seguidores de este enfoque, radicado en la antropología, respetan las siguientes pautas metodológicas (Sanday, 1983: 21):

- Un conocimiento previo de los rasgos culturales de la sociedad o grupo, incluyendo aspectos de la vida cotidiana como sus creencias, sistemas de valores, rutinas, manifestaciones artísticas, etc.
- El reconocimiento, por parte del investigador, de la necesidad de integrarse plenamente, participando de forma activa y prolongada, en el medio ambiente objeto de examen.
- Necesidad del empleo de múltiples técnicas de recogida de datos como prueba legitimadora de las inferencias.

En ciencias sociales coexisten tres modalidades de investigación etnográfica: la holística, la semiótica y la conductual. De estas tres, la holística es la que posee una



La alternativa que plantea Lluí, la conveniencia de obviar los preceptos metodológicos, resulta clarificadora de cómo ha de plantearse una investigación etnográfica: se puede optar por la verificación de un marco teórico definido o, por el contrario, tratar de poner a prueba nuevas hipótesis; se puede muestrear a la población objeto de estudio o, simplemente, guiarse por criterios de razón; a veces se hace uso de técnicas cuantitativas para analizar los datos, mientras que otras se restringe la formulación de inferencias y se procede a exponer una serie de deducciones basadas en el sentido común. Esta ambivalencia suscita una gran polémica entre las distintas corrientes y disciplinas sociocientíficas y también ha provocado numerosos esfuerzos organizadores. Wester (1984), por ejemplo, ofrece una síntesis práctica de los requisitos y procedimientos que permiten realizar un trabajo de campo etnográfico canónicamente arbitrado. Según este autor, la observación participante consta de cuatro fases, en las que se ejecutan, de forma sucesiva, alrededor de quince procedimientos distintos. Cada uno de los movimientos que efectúa el observador dentro del medio ambiente o sistema conlleva un ciclo de observación, registro y reflexión simultáneos al análisis, lo que, en realidad, determina que éste estructure su actividad siguiendo las normas generales establecidas para cada una de las siguientes cuatro fases:

- a) *Fase inicial (o exploratoria)*: en la que se extraen los conceptos preliminares sobre los datos de la observación que se van registrando en el cuaderno de campo. En esta etapa, el observador inicia una descripción general del fenómeno estudiado.
- b) *Fase definitoria*: el investigador trata de definir variables basadas en conceptos. Para ello, se examina un caso específico (conducta o característica) y se determina si se ajusta a los supuestos preestablecidos. Si el caso observado no se ajusta a las hipótesis, la descripción inicial se modifica para dar cabida a las características de ese caso o, por el contrario, se rechaza como caso aberrante (según el criterio del etnógrafo).
- c) *Fase reductora*: en la que se formula el núcleo de la teoría. Se tiene en consideración el conjunto de características (casos, variables) cuya representatividad ha sido verificada, esto es, las características promedio o de mayor ocurrencia en la población.
- d) *Fase de integración*: se relacionan los datos y se verifica su significación al aplicarse (por lógica o por mecanismos estadísticos) su invarianza, esto es, que los resultados serían idénticos si se introdujeran nuevos datos.

El resultado final de una observación participante bajo presupuestos etnográficos son las denominadas «monografías etnográficas» o simplemente etnografías, informes o textos cuyo carácter antropológico les confiere atributos de objetividad y realismo etnográfico, es decir:

«[...] presencia narrativa no intrusiva por parte del observador, focalización en la vida cotidiana, exclusión de los personajes particulares y extrapolar la estilística de datos particulares (la tipicidad: típica reunión, ritual típico, etc.), embellecimiento por

### 3.1. La etnografía comunicativa

La década de los sesenta y los setenta constituyen un período determinante para la etnografía comunicativa con la aparición de diversas antologías, trabajos de campo y observaciones cuasi experimentales. Los trabajos de campo, en particular, fueron conducidos en el sentido de describir el protagonismo de los estilos comunicativos en diversas subculturas y situaciones sociales. A través de estos estudios, se descubrió, por ejemplo, la relación entre pertenecer a una comunidad o grupo y la adquisición de ciertas conductas interactivas. Dentro de esa tendencia, se sitúan los análisis de la observación de los periodistas en sus lugares de trabajo. Estudios como el de Gans (1979) acerca de la crisis de los misiles de Cuba, la etnografía de Epstein (1973) sobre el movimiento de derechos civiles o los trabajos de Gitlin (1980), Halloran (1970) y Tuchman (1978) sobre la guerra de Vietnam exploraron a través de la observación participante aquellos comportamientos y prácticas interactivas que correlacionaban significativamente con la ideología latente de las informaciones. Uno de estos autores (Tuchman, 1978) describe así la forma en la que el mismo desarrolló su trabajo de campo etnográfico:

«[...] Observé las actividades del personal de noticias tanto dentro como fuera de la oficina de redacción. [...] En el periódico que observé, asistí a reuniones editoriales por la mañana y me senté frente al monitor para la revisión de la segunda edición a las 22:30. Tome parte en actividades con reporteros generales, hice las rondas pertinentes con los reporteros "de choque" [...] y dediqué mucho tiempo a estar en el departamento de noticias. Todas las observaciones y entrevistas quedaron registradas en notas de campo con la fecha correspondiente» (cfr. Jensen y Jankowski, 1993: 106).

La incidencia de la observación participante en el estudio de audiencias de los medios de comunicación ha sido, sin embargo, escasa. Destacan en este apartado algunas monografías etnográficas como las de Lluí (1980, 1988), basadas en el consumo doméstico de televisión; la de Goodman (1983), sobre los efectos de la exposición televisiva en la conducta interactiva familiar, y varios análisis de los efectos de

Entre otros, véanse R. Bauman y J. Sherzer (1975): «The ethnography of speaking», *Annual Review of Anthropology*, 4, 95-119; W. Leeds-Hutwitz (1988): «On the relationship of the ethnography of speaking to the ethnography of communication», *Papers in Linguistics*, 17, 7-32; J. Stewart y G. Phillipsen (1984): «Communication as situated accomplishment: The cases of hermeneutics and ethnography», en Brenda Dervin y M. Voigt (eds.): *Progress in Communication Sciences* (vol. 5), Norwood, Ablex, Nueva Jersey.

los *soap-opera* y las novelas románticas sobre el público femenino (Braber, 1989). A pesar de que tales estudios fueron concebidos metodológicamente bajo presupuestos etnográficos, no son representativos de una tendencia formalizada de investigación y sí, por el contrario, de la carencia de monografías etnográficas que padece esta área de investigación comunicativa. En este sentido, Ian Ang (1991), en su obra *Distortedly seeking the audience* («Buscando a la audiencia desesperadamente»), denuncia el «sesgo cuantitativo» de los estudios sobre comunicación de masas y recomienda una mayor comprensión etnográfica del público de los medios.

### 3.2. Estudio de casos en profundidad

No obstante, el déficit etnográfico que padece la tradición investigadora en comunicación de masas es en estos momentos menos acusado debido a la proliferación de estudios que emplean los procedimientos de triangulación, esto es, que introducen varias técnicas de recogida y/o análisis de datos con el fin de profundizar al máximo en las particularidades internas de un fenómeno. Una de las variantes más fructíferas dentro de la etnografía, surgida de la combinación de técnicas, es el denominado estudio de casos en profundidad (*o case study*). Robert K. Yin (1984) define el estudio de casos como aquella averiguación empírica que:

- Sirve para investigar un fenómeno en su contexto cuando
- las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son perceptibles
- y en la que se emplean múltiples fuentes experimentales de evidencia.

Los estudios de casos son de gran utilidad en las siguientes situaciones (Ang, 1991):

- Cuando el investigador necesita observar «sobre el terreno» un sistema comunicativo (telespectadores, periodistas, instituciones, etc.) para orientar su análisis extensivo posterior u obtener una visión más clara de ciertos aspectos de la realidad de un grupo específico.
- No se cuenta con los recursos económicos necesarios para organizar un muestrera probabilístico representativo y los resultados demandados no tienen que ser extrapolados a grandes poblaciones.
- Se necesitan resultados urgentes y no hay tiempo para formalizar un proyecto de investigación.

### 3.3. Praxis del estudio de casos

- *Comprobar la necesidad del estudio de un caso en profundidad.*

El plan de investigación de un caso en profundidad requiere, en primer lugar, conocer a fondo el problema que suscita su estudio. Esto es posible, únicamente, mediante el acopio y asimilación del material bibliográfico disponible sobre el objeto

de la investigación, esto es, la documentación relativa a las características del sistema que se va a examinar, los resultados obtenidos en investigaciones precedentes y las teorías derivadas de tales averiguaciones. Ello ayudará al investigador en la formulación de unos objetivos iniciales que respondan coherentemente a las preguntas suscitadas por el estudio del caso. En esta primera fase, el investigador ha de clararse de la idoneidad del estudio de caso en profundidad frente al resto de recursos metodológicos ya mencionados: ¿Cuál es la funcionalidad de una visión focalizada en un grupo o conducta aislado frente al conocimiento del hecho global? ¿Es posible obviar el muestreo probabilístico sin que ello afecte a la representatividad y/o comparabilidad de los resultados? ¿Cuál es el grado de descripción cualitativa ideal para el estudio del caso?

- *Introducción del observador en el entorno del caso.*

Una vez que ha tomado la determinación de efectuar el estudio del caso en profundidad, el investigador deberá considerar las consecuencias de su presencia física en el medio ambiente objeto de la observación. La premisa fundamental llegada este momento, al igual que ocurra con la observación participante, es evitar la reactividad de los sujetos observados. Para ello, el investigador entra a formar parte del colectivo humano analizado tratando en todo momento de no perturbar el desarrollo normal de los acontecimientos ni desvelar los fines del estudio. Dicha predisposición consigue que se mantengan inalteradas no sólo las conductas de los sujetos en el entorno (laboral, familiar, de recepción, etc.), sino también sus percepciones captadas regularmente gracias a la interacción directa o vía cuestionario. Igualmente, el observador (o equipo de observadores) ha seguido los pasos previos que garantizan unas condiciones de observación teniendo siempre en cuenta el estado de datos procedentes del ecosistema de observación para el caso marginar temporal de que dispone. Dentro de este núcleo de medidas, cabría destacar:

- Cálculo aproximado del universo de sujetos susceptibles de observación.
- Conocimiento detallado de la disponibilidad física de los individuos, sus hábitos, rutinas, tiempos de descanso, etc.
- Conocimiento de la estructura institucional: jerarquías, reglas internas, centros de poder, etc.
- Características globales del entorno: distribución espacial de los sujetos, factibilidad de la intromisión, rituales y estrategias de aproximación interpersonal, etc.
- Medios técnicos disponibles y necesarios para la observación, así como la viabilidad de su utilización no reactiva, etc.

- *Identificación de las unidades de análisis.*

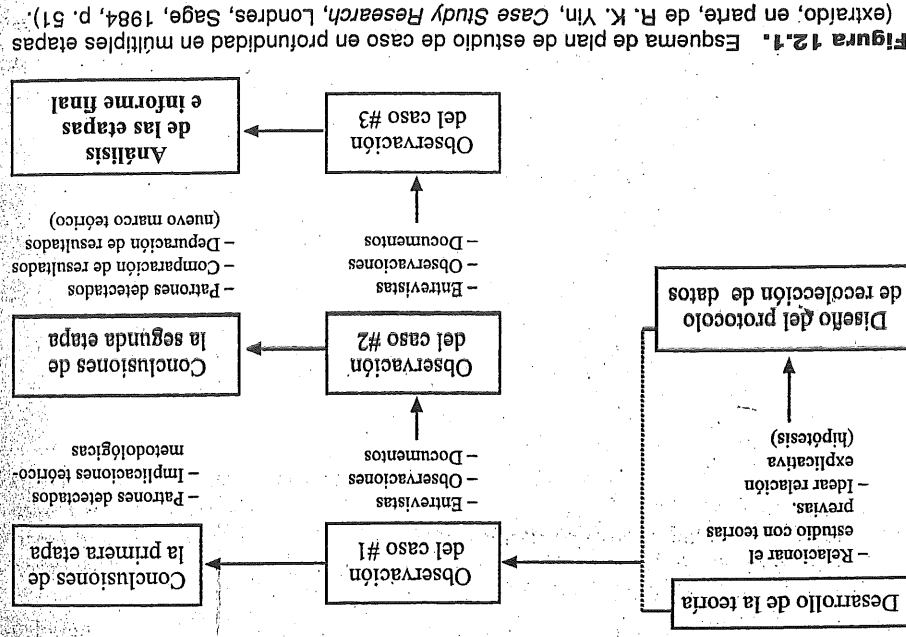
En términos de diseño de la investigación, el observador ha de distinguir aquello que constituirá la unidad básica de observación o «caso». Puede tratarse de individuos,

grupos, organizaciones o incluso de una tipología de conductas identificada en una variedad de contextos. A pesar de que no se realizará un muestreo exhaustivo, en la mente del investigador debe prevalecer la idea de que el «caso» representa subjetivamente un conjunto mayor de casos similares. Entre otras razones de orden práctico, la identificación de las unidades de análisis es siempre más asequible si éstas son extraídas de la literatura sobre investigaciones precedentes, lo que permite, además, comparar las evidencias conseguidas.

#### • Recolección de datos y análisis.

La triangulación de técnicas otorga al investigador la capacidad de acumular datos procedentes de una amplia gama de fuentes empíricas. Cabe, en este sentido, la posibilidad de alternar el uso de cuestionarios abiertos para registrar una información específica con observaciones sistemáticas y cuadernos de campo (u otros utensilios de grabación), donde se anotará tanto las peculiaridades contextuales como todos aquellos datos susceptibles de medición. De cualquier manera, los estudios de casos resultan siempre más asequibles si se plantean como una labor de equipo, siendo esta modalidad de registro la más apropiada a la hora de reducir el sesgo que supondría su realización unilateral.

Respecto a la organización de un equipo investigador, ésta implica la habilidad de sus miembros para comunicarse eficazmente entre ellos y de llegar a consensos sobre las generalizaciones reveladas en sus observaciones. Es importante, asimismo, reco-



**Cuadro 12.3. Ejemplo de estudio de caso**

*Los efectos de la retransmisión televisiva del desfile en honor del general MacArthur tras la guerra de Corea (Lang y Lang, 1953)*

#### • Objetivos y antecedentes de la investigación

En 1951, las tropas norteamericanas en Corea, comandadas por el general MacArthur, fueron obligadas a replantearse en las proximidades del paralelo 48, ubicación original de la frontera pacificada entre Corea del Norte y Corea del Sur. Esta medida, tomada unilateralmente por el gabinete del presidente Truman, dividió la opinión pública estadounidense entre partidarios y detractores de continuar la guerra. MacArthur fue destituido de su cargo a consecuencia de su afán belicista y la oposición republicana vio el momento de hacer campaña política denunciando la actitud moderada de Truman. Con esa finalidad, varios municipios gobernados por republicanos organizaron una serie de ceremonias de bienvenida al «héroe del Pacífico» a su regreso a los Estados Unidos.

Los autores de este trabajo utilizaron la ODS para verificar el empleo de técnicas propagandísticas por parte de la corporación municipal de Chicago durante el desfile en honor del general MacArthur, así como la respuesta de los ciudadanos a la persuasión republicana medida en términos actitudinales y conductuales.

#### • Unidades de observación:

- Conducta y comentarios del público in situ.
- Conducta y comentarios de los telespectadores.
- Aspectos externos de la retransmisión que incidían en la recreación de una imagen determinada del evento.
- Factores de la organización del desfile que acompañaban a su reproducción televisiva.
- Primeras planas de los periódicos de Chicago (análisis de contenido) durante los tres días previos.
- Cintas magnetofónicas de los comentarios de la retransmisión.

#### • Muestreo y registro:

Se emplearon treinta y un observadores ubicados estratégicamente entre la multitud que asistía al desfile. Otros dos observadores controlaban el reportaje televisivo, junto a sendos grupos de telespectadores.

El estudio se basó principalmente en el registro sistemático (parcialmente categorizado) de observaciones directas sobre las conductas y opiniones de los participantes efectuadas sobre el terreno complementadas con los documentos escritos y sonoros que sustentaban el análisis de contenido.

ger los datos simultáneamente con el fin de agilizar el proceso de análisis y garantizar que el estudio se desarrolle en idénticas coordenadas temporales.

El análisis de los datos obtenidos puede elaborarse al finalizar el trabajo de campo o bien segmentar las tomas de contacto longitudinalmente (en varias fases) e ir analizando, comprobando las teorías y formulando nuevas hipótesis a medida que se logran nuevos resultados en cada etapa.

Por último, y a título meramente ilustrativo, podríamos sintetizar la puesta en marcha y el desarrollo del plan de investigación del estudio de un caso en profundidad con el esquema que muestra la Figura 12.1.

## REFERENCIAS

- ANG, I. (1991): *Desperately Seeking the Audience*. Londres, Routledge.
- BECKER, H. S., y GEER, B. (1967): «Participant observation and interviewing: a comparison», *Human organization*, 16 (3).
- BRABER, T. (1989): «Komanatiek van binnen uit. Etnografische methoden in het outan-ger-sonderzoek naar populair cultuur voor vrouwen», *Massacommunicatie*, 17 (3).
- DUVENGER, M. (1962): *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona, Ariel.
- EPSTEIN, E. J. (1973): *News From Nowhere, Television and the News*. Nueva York, Random House.
- GANS, H. (1979): *Deciding what news*. Nueva York, Pantheon Books.
- GUTIERREZ, J., y DELGADO, J. M. (1998): «Teoría de la observación», en *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid, Síntesis Psicología.
- HALLORAN, J. (1970): *Demonstrations and Communications: a Case Study*. Harmondsworth, Penguin.
- JENSEN, K. B., y JANKOWSKI, N. E. (eds.) (1993): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Comunicación.
- KERR, E. B.; HILTZ, S. R., y HAWKINS, R. P. (1982): *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*. Beverly Hills, Sage.
- LANG, K., y LANG, G. E. (1953): «The unique perspective of television and its effects: a pilot study», *American Sociological Review*, 18.
- LLULL, J. (1980): «The social uses of television», *Human Communication Research*, 6.
- (1988): *World families watch television*. California, Sage.
- SANDAY, P. R. (1983): «The ethnographic paradigms», en J. van Maanen (ed.): *Qualitative methodology*. Londres, Sage.
- TUCHMANN, G. (1978): *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Nueva York, The Free Press.
- WESTER, F. P. (1984): *The grounded-theory approach: Qualitative research strategies*. Universidad Católica de Nimega.
- YIN, R. K. (1984): *Case Study Research*. Londres, Sage.

## • Resultados:

El análisis de los datos procedentes de la observación demuestra que el público asistió al desfile con un grupo muy reducido manifestando haber acordado para rendir homenaje a MacArthur o para apoyar su causa política.

Las cámaras enfocaron exclusivamente aquellos aspectos del evento que legitimaban el discurso de los locutores, como el estado de felicidad de los congregados, su ardor patriótico y la espectacularidad del homenaje al héroe. La observación directa sobre el terreno deparó, sin embargo, la anotación de respuestas emocionales de los asistentes, que oscilaban desde el hastío hasta la decepción por la demora en los horarios previstos. Las muestras de desagrado con la marcha triunfal, como varias pancartas subversivas en la Universidad de Chicago, fueron obvias para los periodistas.

Mientras en el reportaje televisivo se insistía en que el éxito de público que registraba el desfile evidenciaba el apoyo masivo del pueblo norteamericano a la política de MacArthur, en realidad el grado de asistencia fue relativamente bajo a tenor de los índices suministrados por el Departamento de Tráfico de Chicago, que observó un incremento significativo de los desplazamientos de vehículos durante el tiempo que duró el desfile. Los investigadores relacionaron la intensificación del tráfico rodado con la concesión de media jornada libre a los trabajadores.

El análisis de contenido de las portadas de varios periódicos de Chicago verificó el sustancial incremento de comentarios y expresiones de apoyo a favor de MacArthur y en contra de la política moderada del presidente Truman durante los días previos al homenaje.

## EJERCICIO

Revise las encuestas y experimentos descritos en capítulos anteriores. Elija uno y elabore un diseño de trabajo de campo centrado en el mismo problema de investigación, pero utilizando la técnica de observación participante en su lugar. Describa las fases de su trabajo de campo incluyendo sus planes para introducirse en el contexto de investigación, el desarrollo y mantenimiento de las relaciones en ese contexto, el muestreo y las técnicas de recolección y análisis de los datos. A continuación, discuta cómo podrían complementar su etnografía el estudio original en el que se ha inspirado.

## AUTOEVALUACIÓN

1. Explique qué es una hoja de registro.
2. Distinga entre observación directa participante y observación indirecta.
3. Explique los conceptos ocurrencia, frecuencia, latencia, duración e intensidad en la observación.